

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh persepsi harga, promosi penjualan, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan penelitian ini maka dapat diambil kesimpulan, yaitu:

- 1) Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier berganda, variabel persepsi harga memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,340 atau 34 %. Dan berdasarkan hasil uji t, persepsi harga memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dan nilai t-hitung $11,232 > t\text{-tabel } 1,66$. Serta variabel persepsi harga memiliki nilai koefisien korelasi (R) yaitu sebesar 0,744. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{a1} diterima dan H_0 ditolak, yang artinya terdapat pengaruh variabel persepsi harga terhadap kepuasan konsumen
- 2) Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier berganda, variabel promosi penjualan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,213 atau sebesar 21,3 %. Dan berdasarkan hasil uji t, promosi penjualan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dan nilai t-hitung $11,324 > t\text{-tabel } 1,66$. Serta variabel promosi penjualan memiliki nilai koefisien korelasi (R) yaitu sebesar 0,746.

Maka dapat disimpulkan bahwa H_{a2} diterima dan H_0 ditolak, yang artinya terdapat pengaruh variabel promosi penjualan terhadap kepuasan konsumen

- 3) Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier berganda, variabel citra merek memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,339 atau sebesar 33,9 %. Dan berdasarkan hasil uji t, citra merek memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dan nilai t-hitung $11,604 > t\text{-tabel } 1,66$. Serta variabel citra merek memiliki nilai koefisien korelasi (R) yaitu sebesar 0,754. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{a3} diterima dan H_0 ditolak, yang artinya terdapat pengaruh variabel citra merek terhadap kepuasan konsumen
- 4) Variabel persepsi harga, promosi penjualan, dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji simultan (uji f) yang dilakukan yaitu memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dan nilai f-hitung $57,037 > f\text{-tabel } 2,69$, yang artinya terdapat pengaruh secara simultan antara variabel persepsi harga (X1), promosi penjualan (X2), dan citra merek (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dan hasil uji koefisien determinasi (R^2) yaitu didapatkan nilai *R Square* sebesar 0,651. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel persepsi harga (X1), promosi penjualan (X2), dan citra merek (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y)

adalah sebesar 65,1 %. Sedangkan sisanya sebesar 44,9 % merupakan pengaruh lain yang tidak ada di dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka saran yang dapat disampaikan oleh penulis adalah sebagai berikut :

- 1) Melihat dari hasil penelitian ini, penulis menyarankan kepada pihak CV Inti Teknik untuk memperhatikan promosi penjualan. Hal ini perlu menjadi perhatian perusahaan adalah memperhatikan promosi pesaing, terutama promosi dan pemasaran. Selanjutnya kembangkan promosi yang lebih baik lagi.
- 2) Harga yang diberikan oleh perusahaan dapat mempengaruhi terhadap keputusan pembelian konsumen, diharapkan perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan apa yang sudah diberikan kepada konsumen agar konsumen bisa menjadi semakin percaya dan loyal terhadap perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah.P. (2018). Manajemen Pemasaran. Pt Rajagrafindo Persada.
- Ahyani. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumenpada Dapuruma Di Masjid Raya Bintaro Jaya Tangerang Selatan. Economic, Accounting, Management And Business.
- Ajjahhilyatul Jijah , & Selvievi . (2021). Pengaruh Kompetensi Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Perangkat Desa . Jurnal Manajemen .
- Andy, & Hernawaneso. (2018). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Gerai Alfamidi Taman Royal Tangerang. Primanomics:Jurnal Ekonomi Dan Bisnis.
- Anggreini Diah Ayuanantasya , & Samboro Joko . (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop. Jab Jurnal Aplikasi Bisnis.
- Assaurisofjan . (2018). Manajemen Pemasaran . Depok : Rajagrafindo Persada.
- Assurid.P. (2018). Manajemen Pemasaran. PT Rajagrafindo Persada.
- Baehaqimohammad Arief, Udayana Bagusida, & Welsahenny. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Terhadap Customer Satisfaction Dan Keputusan Pembelian Konsumen. Widya Manajemen.
- Bhandari Pritha . (2023). Variabel Independen Vs. Variabel Dependen. Scribbr.
- Gerungjacklin Christy , Sepang Janjte , & Loindongsjendry . (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada Pt. Wahana Wirawan Manado . Jurnal Emba.
- Halimfitria, Novelavina, & Dkk. (2021). Manajemen Pemasaran Jasa . Yayasan Kita Menulis.
- Hermawanjajang , Pauzy Muhamad Depy , & Lestari Putri Suci . (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Klontongan Iyos Kawalu Kota Tasikmalaya. Journal Of Indonesian Management .
- Hery. (2018). Pengantar Manajemen. Jakarta: Pt Grasindo.
- Hery. (2019). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Pt Grasindo.
- Indrasarimeithina. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. Jawa Timur: Unitomo Press.

- Jusmansyah Muhamad . (2020). Analisis Pengaruh Current Ratio, Debt To Equity Ratio, Total Asset Turn Over, Dan Return On Equity Terhadap Harga Saham. Jurnal Ekonomika Dan Manajemen.
- Kotlerphilip, & Armstronggary. (2017). Principles Of Marketing . Pearson Education .
- M. Anang Firmansyahw.B. (2018). Pengantar Manajemen. Cv. Budi Utama.
- Mayasarisri , & Safinadian Wan . (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Goreng Kalasan Cabang Iskandar Muda Medan. Jurnal Bisnis Mahasiswa.
- Mediaadmin. (2023). Alat - Alat Promosi Penjualan . Creator Media .
- Mujidabdul , & Andrian. (2021). Strategi Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Minat Melanjutkan Sekolah . Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara.
- Muklis Kantop.D. (2017). Filsafat Manajemen.
- Muttaqin Faisal , & Stiawan Evan . (2023). Turbulensi Marketing . Penerbit Berseri .
- Napitupulu Ferdinand . (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Ramayana Lestari Sentosa. Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia.
- Nugraha Putrifadila . (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Cbr 150 R Pada Pt. Indako Trading Coy Cabang Jl. Makmur Medan.
- Permoniluh Eka Ayu Ni, & Adnyani Nyoman Erryi . (2023). Pengaruh Citra Merek, Kelengkapan Produk Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Di Ud.Bumi Pertiwi. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Kreatif .
- Pratamareza. (2023). Promosi Penjualan: Manfaat, Jenis, Dan Contoh Strategi. Qoala Plus .
- Pujiawatisucy , & Madiawati, Nina Putu . (2020). Pengaruh Customer Experience Customer Satisfaction Dan Brand Image Terhadap Customer Loyalty Pada Armor Kopi Bandung. E-Proceeding Of Management.
- Puspitasarisepi , & Widayanto. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Pengguna Layanan Go-Ride. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
- Rambat. (2016). Manajemen Pemasaran. Rambat.

- Rosdianinenti , & Hidayatangga . (2020). Pengaruh Derivatif Keuangan, Konservatisme Akuntansi Dan Intensitas Aset Tetap Terhadap Penghindaran Pajak. *Journal Of Technopreneurship On Economics And Business Review*.
- Salehyusuf Muhammad , & Saidmiah . (2019). Konsep Dan Strategi Pemasaran . Makassar: Cv Sah Media.
- Santosasigit , & Luthfiyahputri Purnama . (2020). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Gamefield Hongkong Limited. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*.
- Setyawatieka Kiki , Kiswati Zoktori , & Farradyuary . (2018). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada Cv Kirana Motorindo Jaya). *Jurnal Online Mahasiswa (Jom) Bidang Manajemen*.
- Setyoedwin Purnomo . (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”. Fakultas Manajemen Bisnis, Universitas Ciputra, Surabaya.
- Sudarsonoheri. (2020). *Manajemen Pemasaran* . Jember : Pustaka Abadi .
- Suwarsatoto , & Rahmadaniaicha . (2021). Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020. *Jurnal Akuntansi*.
- Tjiptono. (2019). *Manajemen Pemasaran*.
- Tondangamalia Grace , & Silalahiramadani Purnama . (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android. *Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*.
- Wicaksonoteguh . (2017). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Upik Futsal Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- Yunaida Erni . (2017). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube Di Kota Langsa . *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Pribadi

Nama : James Steven Allan
Tempat / Tanggal Lahir : Tangerang, 31 Oktober 2002
Jenis Kelamin : Laki – Laki
Agama : Buddha
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Kp. Baru No.39 RT/RW 003/005, Koang Jaya,
Karawaci, Kota Tangerang
No Telp : 085693622371
Email : jamesallan1210@gmail.com
IPK : 3,32



Riwayat Pendidikan

TK : Bonavita
SD : Bonavita
SMP : Bonavita
SMK : Bonavita
Perguruan Tinggi : Universitas Buddhi Dharma

Tangerang, 24 Januari 2024

James Steven Allan

SURAT KETERANGAN RISET

CV. INTI TEKNIK

JL. PROKLAMASI 3C RT.006, RW.004
KELURAHAN CIMONE JAYA KEC. KARAWACI KOTA TANGERANG

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : HASAN TJANDRA TJUNG

Jabatan: DIREKTUR

Dengan ini menerangkan bahwa yang tersebut di bawah ini :

Nama : JAMES STEVEN ALLAN

Jabatan: ADMIN SALES

Adalah benar telah melakukan riset pada CV INTI TEKNIK terhitung sejak 1 Agustus 2023 sampai dengan 30 November 2023 dan yang bersangkutan telah menyelesaikan tugasnya dengan baik dan penuh tanggung jawab.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan benar, untuk di pergunakan sebagaimana mestinya.

Tangerang,


**CV. INTI TEKNIK
TANGERANG**

HASAN TJANDRA TJUNG
DIREKTUR

LAMPIRAN-LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Kepada yth,

Bapak, Ibu, Saudara/i di tempat

Dengan hormat

Perkenalkan nama saya James Steven Allan dengan NIM 20200500086 Mahasiswa Universitas Buddhi dharma program studi Manajemen (S1) sedang melakukan penelitian sebagai syarat untuk tugas akhir . Penelitian ini berjudul "PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI PENJUALAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN : STUDI KASUS DI CV INTI TEKNIK".

Maka dari itu saya memerlukan bantuan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara/i untuk berpartisipasi membantu saya untuk menyelesaikan tugas akhir dengan meluangkan waktu nya untuk mengisi kuesioner di bawah ini dengan sejujurnya karena jawaban dari Bapak, Ibu, Saudara/i sangat penting untuk membantu saya menyelesaikan tugas akhir ini.

Sekian Terimakasih untuk Bapak, Ibu, Saudara/i yang sudah berpartisipasi dalam mengisi kuesioner yang telah saya buat untuk tugas akhir.

Identitas Responden :

Nama :

Jenis Kelamin :

- a. Laki – laki
- b. Perempuan

Usia :

- a. < 20 Tahun
- b. 21 – 25 Tahun
- c. 26 – 30 Tahun
- d. 31 – 35 Tahun
- e. 36 – 40 Tahun
- f. > 40 Tahun

Pekerjaan :

LAMPIRAN 2

TABULASI DATA KUESIONER PENELITIAN

Persepsi Harga (X1)										Total X1
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
4	5	3	5	3	4	4	5	3	4	40
5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	43
4	4	5	3	4	5	5	3	4	3	40
3	4	5	4	3	4	5	3	4	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	3	5	5	4	4	4	3	5	41
5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	48
5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	45
4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	3	4	3	5	4	3	5	4	3	38
5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	44
4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	43
4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	44
4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	43
5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	46
4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	44
4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	48
4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	46
4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	42
4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	46
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48
4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	44

Persepsi Harga (X1)										Total X1
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	48
4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	44
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	44
4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	45
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	48
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	42
4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	45
3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	37
4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	44
4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	45
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	45
4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	45
4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	44
4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	44
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	46
4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	44
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	43
4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	44
5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	44

Promosi Penjualan (X2)										Total X2
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
5	4	4	4	5	4	5	5	3	4	43
5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	46
5	4	4	3	5	5	4	3	4	5	42
3	3	3	4	5	4	4	5	3	3	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	5	3	4	4	5	3	5	4	4	40
3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
5	5	4	3	5	4	4	5	4	5	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	39
5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	44
4	4	5	4	3	5	4	4	4	5	42
5	5	3	4	4	3	3	5	3	3	38
5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	44
5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	45
5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	45
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	44
5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	46
5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	45
4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	42
3	5	4	3	5	4	5	5	3	3	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	45
5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	44
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	44
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	44
4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	42

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	45
4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	43
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	47
5	4	5	4	5	5	4	3	5	4	44
4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	46
4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	44
4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	46
5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	44
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	44
5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	45
5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	43
4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	44
5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	47
4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	46
5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	43
4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	43
4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	45
5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	45
5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	44
4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	44
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	47
5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	43

Citra Merek (X3)										Total X3
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	
4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	39
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
5	4	5	3	5	5	4	5	4	5	45
4	4	3	5	4	3	3	4	4	5	39
4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	45
5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	46
5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	46
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	45
5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	43
4	4	3	5	5	4	5	5	5	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	44
5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	46
5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	48
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	46
4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	47
5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	47
4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	43
4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	41
4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	45
4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	44
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	44
4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	45
5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	44

Citra Merek (X3)										Total X3
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	
5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	46
4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	46
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	44
5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	41
5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	44
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	44
5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	47
5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	43
5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	44
4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	47
4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	44
5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	46
5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	44
4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	44
4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	44
4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	45
5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	45
4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	45
4	3	5	5	4	4	5	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	40
5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	47
5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	44

Citra Merek (X3)										Total X3
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	
4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	37
2	3	4	4	2	4	3	2	3	4	31
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	3	4	5	4	5	4	3	41
4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	43
5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	46

Kepuasan Pelanggan (Y)										Total Y
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	
2	4	4	5	3	4	4	5	4	5	40
3	5	4	5	4	5	5	4	4	5	44
5	3	4	3	5	4	5	3	4	5	41
5	4	5	5	5	4	4	4	4	3	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	4	3	3	4	5	5	4	4	39
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	3	4	4	3	5	4	5	4	4	41
4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	46
4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	45
3	3	3	4	5	5	3	4	5	5	40
4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	45
4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	43
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	45
5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	45
4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	45
4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
4	4	5	4	4	4	3	3	3	5	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	46
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	47
5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	43

4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	47
4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	3	4	5	3	3	4	5	3	4	39
5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	47
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	42
5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	44
5	5	5	3	4	4	3	4	4	4	41
1	3	4	5	3	3	5	3	4	4	35
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	39
5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	47
4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	46

LAMPIRAN 3

HASIL UJI SPSS

Hasil Uji 1. Validitas

1) Variabel Persepsi Harga (X1)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	39.6346	9.768	.395	.268	.779
X1.2	39.5865	9.701	.399	.281	.778
X1.3	39.4615	9.513	.435	.295	.774
X1.4	39.5673	8.889	.607	.493	.752
X1.5	39.4808	10.058	.289	.230	.791
X1.6	39.4808	9.689	.441	.257	.774
X1.7	39.5385	8.756	.599	.378	.753
X1.8	39.5577	9.569	.414	.316	.777
X1.9	39.5673	8.908	.560	.395	.758
X1.10	39.5192	9.514	.442	.258	.774

2) Variabel Promosi Penjualan (X2)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	39.8173	9.879	.401	.285	.791
X2.2	39.7596	10.146	.387	.240	.792
X2.3	39.8269	9.504	.495	.402	.780
X2.4	39.7981	9.677	.458	.307	.785
X2.5	39.7596	9.602	.498	.394	.780
X2.6	39.7981	9.755	.473	.280	.783
X2.7	39.9231	9.412	.527	.382	.776
X2.8	39.8462	10.131	.364	.324	.795
X2.9	39.9135	9.264	.637	.492	.764
X2.10	39.8077	9.535	.502	.302	.780

3) Variabel Citra Merek (X3)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	39.9038	10.224	.566	.382	.798
X3.2	39.8462	10.733	.471	.275	.808
X3.3	39.8558	10.688	.431	.316	.813
X3.4	39.8365	10.818	.466	.379	.809
X3.5	39.8942	10.445	.564	.363	.799
X3.6	39.8846	10.569	.484	.331	.807
X3.7	39.8558	10.396	.574	.400	.798
X3.8	39.9519	10.435	.498	.290	.805
X3.9	39.9615	10.270	.547	.361	.800
X3.10	39.8654	10.855	.437	.397	.811

4) Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	40.4808	10.058	.464	.399	.808
Y1.2	40.4615	10.096	.570	.364	.794
Y1.3	40.3269	10.708	.474	.328	.804
Y1.4	40.3942	10.552	.453	.255	.807
Y1.5	40.3942	10.086	.569	.475	.794
Y1.6	40.3269	10.280	.586	.386	.793
Y1.7	40.5096	10.485	.465	.312	.805
Y1.8	40.4615	10.620	.437	.354	.808
Y1.9	40.4423	10.327	.542	.364	.797
Y1.10	40.3365	10.691	.456	.279	.806

Hasil Uji 2. Reliabilitas

1) Variabel Persepsi Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.789	10

2) Variabel Promosi Penjualan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.800	10

3) Variabel Citra Merk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.821	10

4) Variabel Kepuasan Konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.818	10

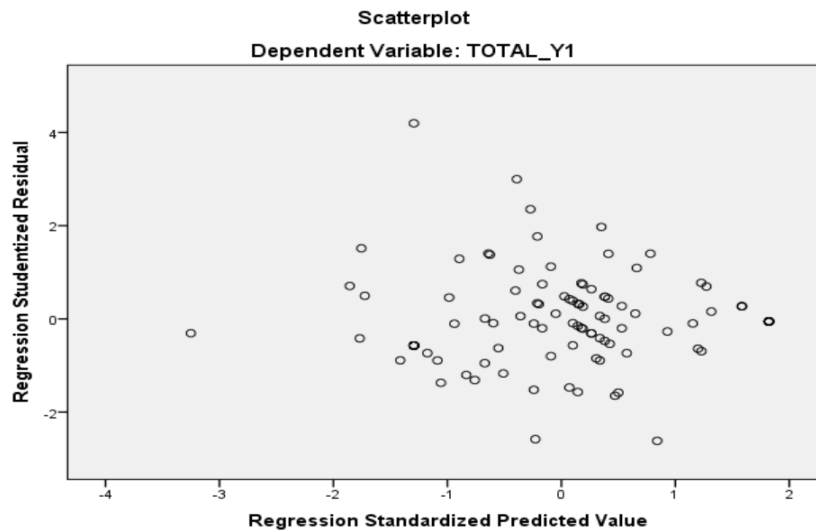
Hasil Uji 3. Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.536	2.901		1.908	.059		
	TOTAL_X1	.340	.107	.323	3.180	.002	.337	2.963
	TOTAL_X2	.213	.124	.206	1.718	.089	.243	4.118
	TOTAL_X3	.339	.109	.341	3.119	.002	.292	3.429

a. Dependent Variable: TOTAL_Y1

Hasil Uji 4 Heteroskedastisitas



Hasil Uji 5. Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		104
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.04699529
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.084
	Negative	-.079
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.065 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil Uji 6. Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.536	2.901		1.908	.059		
	TOTAL_X1	.340	.107	.323	3.180	.002	.337	2.963
	TOTAL_X2	.213	.124	.206	1.718	.089	.243	4.118
	TOTAL_X3	.339	.109	.341	3.119	.002	.292	3.429

a. Dependent Variable: TOTAL_Y1

Hasil Uji 7. Analisis Korelasi Sederhana

Correlations

		TOTAL_X1	TOTAL_X2	TOTAL_X3	TOTAL_Y1
TOTAL_X1	Pearson Correlation	1	.798**	.751**	.744**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	104	104	104	104
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.798**	1	.828**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	104	104	104	104
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.751**	.828**	1	.754**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	104	104	104	104
TOTAL_Y1	Pearson Correlation	.744**	.746**	.754**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	104	104	104	104

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji 8. Koefisien Korelasi X1 Terhadap Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.744 ^a	.553	.549	2.38240

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X1

Hasil Uji 9. Koefisien Korelasi X2 Terhadap Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.746 ^a	.557	.553	2.37163

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2

Hasil Uji 10. Koefisien Korelasi X3 Terhadap Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.754 ^a	.569	.565	2.33935

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X3

Hasil Uji 11. Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.807 ^a	.651	.641	2.12515

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X1, TOTAL_X2

Hasil Uji 12. Uji t (X1 Terhadap Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.571	3.066		3.448	.001
	TOTAL_X1	.781	.070	.744	11.232	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y1

Hasil Uji 13. Uji t (X2 Terhadap Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.675	3.032		3.521	.001
	TOTAL_X2	.774	.068	.746	11.324	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y1

Hasil Uji 14. Uji t (X1 Terhadap Y)**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.724	2.869		4.087	.000
	TOTAL_X3	.749	.065	.754	11.604	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y1

Hasil Uji 15. Uji t (Simultan)**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.536	2.901		1.908	.059
	TOTAL_X1	.340	.107	.323	3.180	.002
	TOTAL_X2	.213	.124	.206	1.718	.089
	TOTAL_X3	.339	.109	.341	3.119	.002

a. Dependent Variable: TOTAL_Y1

Hasil Uji 16. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	843.413	3	281.138	62.250	.000 ^b
	Residual	451.625	100	4.516		
	Total	1295.038	103			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y1

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X1, TOTAL_X2